

APPS & WEB ADS CON IA

EL NEGOCIO DE LAS APPS

Cómo hay personas ganando +\$10.000 al mes con apps y web ads hechas con IA — sin reinventar la rueda. La guía para entenderlo, tener claridad y entrar al juego con criterio.

ESPIAR

MODELAR

VENDER

RETENER

DÓNDE ENCONTRAR LO QUE YA FUNCIONA

Antes de crear nada, espía. Estas 6 webs te muestran qué apps y modelos están facturando hoy. El objetivo no es copiar: es detectar patrones y partir de lo validado.

01 **Idea Browser** ideabrowser.com/hub

Ideas de apps y negocios en alta demanda, respaldadas por datos y tendencias de búsqueda. Una idea nueva cada día.

Cómo usarla: La que mostró Juan en el live: empieza aquí para ver qué quiere el mercado AHORA.

02 **Sensor Tower** app.sensortower.com

Inteligencia de mercado de apps: descargas e ingresos estimados, rankings y crecimiento de cualquier app en App Store y Google Play.

Cómo usarla: Espía cuánto factura y cuánto crece una app antes de modelarla.

03 **Product Hunt** producthunt.com

Vitrina diaria de productos y apps nuevas que están despegando, con votos y comentarios reales.

Cómo usarla: Detecta tendencias y ángulos antes de que se saturen.

04 **TrustMRR / Acquire** trustmrr.com/acquire

Marketplace para comprar y vender negocios digitales con ingresos recurrentes (MRR). Ves modelos reales y cuánto facturan.

Cómo usarla: Estudia qué modelos de suscripción funcionan y a qué precio.

05 **Ahrefs** ahrefs.com/es

Investigación de keywords y SEO: cuánta gente busca un término y qué tan competido está. Mide la demanda real.

Cómo usarla: Valida si un dolor/nicho tiene volumen de búsqueda de verdad.

06 **Starter Story** starterstory.com/simple

Cientos de casos reales de fundadores: cómo construyeron negocios y apps simples y cuánto facturan hoy.

Cómo usarla: Roba estructuras y modelos que ya están probados en el mundo real.

EMPECEMOS POR LA BASE

LAS APPS NO SON NADA NUEVO

Las apps, las web ads y los programas existen hace décadas. Lo único que cambió es que antes solo podían hacerlas programadores y hoy, con IA, casi cualquiera las construye con instrucciones.

ANTES

Construir una app o una web exigía código, reglas y meses de trabajo. Solo unos pocos podían.

HOY

Con vibe coding (Lovable, Claude Code) das una instrucción y obtienes el producto en minutos.

LO QUE NO CAMBIA

Sigue siendo un **entregable**. Cambió el formato, no el negocio: hay que venderlo igual.

El producto es el entregable final. Una app no vale más solo por ser app — vale por el problema que resuelve y por cómo lo comunicas.

LA REGLA DE ORO

PRODUCTOS NO VENDEN, VENDE EL MARKETING

Hay tres frases que parecen contradecirse. La verdad: cada una exagera UNA variable del éxito comercial. Las tres importan según el contexto.

A

“Productos no venden, vende el marketing.”

Exagera el marketing. En un mercado lleno (donde cualquiera hace apps), diferenciarte y hacerte visible es lo que gana.

B

“Un buen producto no necesita marketing.”

Exagera el producto. Si es tan bueno que se viraliza solo, el marketing pesa menos — pero rara vez pasa.

C

“Un público hambriento no necesita marketing.”

Exagera la demanda. Si hay una necesidad urgente y poca oferta, vendes casi sin esfuerzo.

Nosotros jugamos con la A: nos volvemos expertos en marketing, oferta y comunicación. Quien domina eso vende lo que sea — app, ebook, curso o una simple libreta.

EL PRINCIPIO #1

NO REINVENTES LA RUEDA: FUNNEL HACKING

Nadie que factura con apps inventa desde cero. Espían lo que funciona y lo mejoran. Tu trabajo es ser un agente de la CIA del marketing: observar, detectar patrones y modelar.

1

Espía dónde ya funciona

Idea Browser, Sensor Tower y la Biblioteca de Anuncios de Meta. Busca apps con pauta activa: si invierten, es porque vende.

2

Lee 3 cosas de cada uno

El **marketing** (cómo obtiene atención), el **embudo** (cómo vende) y el **entregable** (qué entrega).

3

Modela y mejora

No copies idéntico: toma el patrón validado, hazlo un poco mejor y llévalo a tu nicho o idioma.

TRUCO DEL LIVE En la Biblioteca de Anuncios busca la keyword **inlead**: vas a destapar un montón de embudos tipo **quiz** que terminan vendiendo apps.

ANATOMÍA DEL MODELO

TODO NEGOCIO TIENE LAS MISMAS PARTES

Da igual si vendes un PDF o una app: el modelo es Marketing + Producto + Retención. Y el dinero recorre siempre el mismo camino.



Si tu producto no se ve, no existe. El marketing trae la atención; el entregable cumple; la retención hace que vuelvan a pagar.

DOS FORMAS DE FACTURAR

B2B PARA NEGOCIOS - B2C POR SUSCRIPCIÓN

Con las mismas herramientas (Lovable, Claude Code) puedes atacar dos caminos. El entregable es el mismo tipo de web ad; cambia a quién y cómo le cobras.

B2B - NEGOCIO A NEGOCIO

Le construyes una web ad a un negocio local (restaurante, barbería, clínica) para gestionar clientes, citas o finanzas.

- > Los encuentras espiando **Google Maps**.
- > Cobras el desarrollo + **mantenimiento mensual**.
- > Ideal si vienes de servicios (tráfico, edición, diseño).

B2C - SUSCRIPCIÓN (SaaS)

Vendes una app a consumidores con un dolor frecuente, bajo pago recurrente mensual.

- > Es **tu cancha**: pauta + embudo + entregable.
- > Ingreso **predecible** mes a mes (MRR).
- > La clave es la retención: que vuelvan.

LO QUE NADIE TE DICE

LAS 4 MÉTRICAS DEL JUEGO DE SUSCRIPCIÓN

Si alguien te habla de apps y suscripciones pero no menciona estas métricas, no te está hablando de nada. Son las que definen cuánto puedes pagar por un cliente.

MRR

Ingreso recurrente mensual

Lo que tu negocio factura cada mes de forma predecible.

CHURN

Tasa de abandono

Cuánta gente cancela la suscripción cada mes. Tu enemigo silencioso.

LTV

Valor de vida del cliente

Cuánto te paga un cliente a lo largo del tiempo, no en una sola compra.

CAC

Costo por adquisición

Cuánto pagas por conseguir un cliente. Solo lo sabes si tienes los 3 de arriba.

Con estas métricas hay apps que pierden plata el primer mes a propósito... porque saben que el cliente paga 6, 12 o 18 meses. Eso es jugar el juego completo.

UN POCO TÉCNICO, IMPORTANTE

FRONT END Y BACK END: LAS DOS CARAS

Toda app tiene dos lados. Entenderlos te evita caer en la trampa de creer que "hacer la app" es todo el trabajo.

FRONT END - lo que SE VE

La interfaz: botones, pantallas, el diseño bonito con el que el usuario interactúa.

- > En un PDF sería la **portada y la diagramación**.
- > Define la **experiencia (UX)**
- > Buena experiencia = retención, recomendación, menos reembolsos.

BACK END - lo que NO se ve

El código y las bases de datos que sostienen todo y hacen que las funciones ocurran.

- > En un PDF sería el **contenido**.
- > Con vibe coding casi nadie lo mira...
- > ...pero ahí es donde vive de verdad tu app.

DONDE ESTÁ EL DINERO

EL VALOR ESTÁ EN LA COMUNICACIÓN

Una app no vale más por ser app. El valor lo das tú con la historia, la oferta y a quién se la vendes. El formato es lo de menos.



No pases tu PDF a app pensando que así "vale más". Pregúntate qué transformación entregas y cómo la comunicas. Esa es la palanca real.

CLARIDAD Y EJECUCIÓN.

No persigas el objeto brillante. Ya entiendes el modelo: las apps no son una moda, son un entregable más. Lo que cambia tu resultado es el criterio y la acción.

ESPIAR → MODELAR → VENDER → RETENER

NO REINVENTES LA RUEDA

Haz funnel hacking. Parte siempre de lo que ya funciona.

APALÁNCATE EN LA IA

No le ganas a quien la usa si tú no la usas. Lovable, Claude Code y a construir.

DOMINA EL MARKETING

El producto es lo fácil. Vender es la habilidad que lo cambia todo.